

Penerimaan Penggemar K-pop terhadap Sensualitas dalam Video Klip Girls Day “Something”

Ratna Kartika Dewi Madayanti, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

ratnaclara@gmail.com

Abstrak

Penerimaan penggemar terhadap media massa seperti video klip berbeda satu dengan lainnya. Seperti dalam video klip *Girls Day “Something”* terdapat sensualitas yang diterima secara berbeda-beda oleh penggemar K-pop baik penggemar *Girls Day*. Penelitian ini menggunakan teori resepsi dan konsep sensualitas, di mana dalam sensualitas itu sendiri terdapat tiga unsur yaitu tampilan tubuh, perilaku, dan aktivitas.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam. Informan penelitian ini adalah para penggemar K-pop baik perempuan dan laki-laki. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh informan dominan dengan tampilan sensualitas yang ada dalam video klip *Girls Day “Something”*.

Kata Kunci: Analisis Penerimaan, Penggemar K-pop, Sensualitas, Girls Day, Video Klip Something

Pendahuluan

K-pop yang mengambil langkah dengan invasi *Hallyu Wave*, budaya K-pop pun mengglobal tidak hanya di Asia bahkan di seluruh dunia. Budaya Korea berkembang dan diterima oleh publik mancanegara hingga muncul fenomena yang diistilahkan sebagai ‘*hallyu*’. ‘*Hallyu*’ atau ‘*Korean Wave*’ adalah istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya *pop* Korea secara global di berbagai negara di dunia termasuk di Indonesia, atau secara singkat mengacu pada globalisasi budaya Korea (Shim, 2006, p.89).

Musik K-pop sendiri merupakan produk budaya populer memiliki ciri khas mereka yaitu *boyband* dan *girlband* dengan paras yang rupawan. Terutama jumlah *girlband* yang terus bertambah di Korea. Bertambahnya jumlah *girlband* baru yang siap debut di dunia entertain Korea menyebabkan persaingan yang ketat antara *girlband* lama dan *girlband* yang baru. Bahkan, untuk tetap menjaga eksistensinya tidak sedikit jumlah *girlband* yang menonjolkan sensualitas dan keseksian sehingga menimbulkan kontroversi. Kontroversi di tengah persaingan ketat ini, akhirnya diangkat dalam sebuah berita *online* yang membahas mengenai konsep seksi dan sensual yang digunakan oleh beberapa *girlband* di Korea Selatan, seperti kutipan berikut:

Di tengah demam *K-pop* yang marak di dunia, banyak sekali *girlband* baru yang bermunculan di Korea. Persaingan ketat di sekian banyak *girlband* yang ada, mereka menggunakan konsep seksi untuk mendapatkan perhatian masyarakat. Bahkan, situs berita Surabaya Bisnis mengangkat tentang maraknya konsep seksi di kalangan persaingan antar *girlband* masa kini. *Girlband* yang menjadi sorotan yaitu *Dalshabet*, *Stellar*, *AOA*, *Rainbow Blaxx*, dan *Girls Day*. Sensualitas merupakan hal yang diminati masyarakat. Persaingan ketat di Korea Selatan antara *girlband* yang baru dan lama menjadikan sensualitas sebagai konsep utama untuk menaikkan popularitas grup itu. Hal ini dikarenakan, semakin banyak *girlband* baru yang ada di Korea yang siap untuk debut di dunia entertainment Kpop yang sedang mendunia dan menjadi perhatian saat ini.
(<http://surabaya.bisnis.com/read/20140304/18/68733/girl-band-korea-makin-sensual-makin-ngetop>)

Salah satu *girlband* yang berhasil meraih popularitas dengan konsep sensualitas yaitu *Girls Day*. Lewat lagu *Something* yang hanya dalam waktu sebulan sudah ditonton 7 juta *viewer* di Youtube dari berbagai *account* resmi yang menggugah video klip ini seperti *Official Girls Day*, *ltheK*, dan *MBCKpop*. Fokus utama dari video klip ini lebih menonjolkan gerakan sensual yang berlebihan mulai dari lekuk tubuh daripada kualitas musik dan koreografinya.
(<http://www.solopos.com/2014/03/04/girl-band-sensual-tampilan-sensual-girls-day-raup-5-juta-viewer-1-bulan-493536>)

Pada bulan Januari 2011, *Razor TV* milik *Singapura Straits Times* meng-upload sebuah klip dengan judul “*Cleavage Out, Legs In?*”. Video ini berfokus pada budaya K-pop dalam musik video tiap *girlband* yang menyorot pada bagian tubuh wanita terutama pada kaki. Kesuksesan K-pop dalam ranah timur dan Asia ini berawal dari debut *girlband* KARA dan SNSD (*So Nyeo Shi Dae*) di tahun 2010. *Razor TV* melihat ciri khas dalam setiap video klip *girlband* K-pop ini diidentikan dengan kaki yang panjang dan ramping. Sebagai contoh penampilan SNSD dengan kaki yang panjang dan ramping, diimbangi dengan koreografi dan kostum militer mereka dalam video klip “*Genie*”. (http://japanfocus.org/-rachael_m-joo/3807/article.html)

Media kerap kali mengeksploitasi sensualitas seorang perempuan untuk menarik minat audiens. Prabasmoro (2006, p.321) menyebutnya perempuan sebagai *selling point*. Hasil ulasan di atas, menyimpulkan bahwa *girlband* K-pop menunjukkan kaki sebagai *selling point* mereka di tiap video klip yang ditampilkan. Kehadiran perempuan di dalam berbagai komunikasi sosial komoditi atau di dalam komiditi tontonan (film, lawak, sinetron, video) terutama adalah dalam rangka dieksploitasi berbagai potensi sensualitasnya. Begitu juga penggunaan perempuan sebagai ilustrasi musik (*video clip*), seperti yang terdapat pada berbagai *video clip*, yang fungsi utamanya adalah memberikan nilai-nilai tampilan tubuh. (Piliang, 2004, p.342 - 343). Lewat maraknya konsep sensual yang digunakan oleh banyak grup wanita di Korea ini, peneliti ingin melihat

bagaimana penerimaan tiap audiens yaitu penggemar K-pop terhadap sensualitas yang ditampilkan oleh salah satu girlband di Korea Selatan ini yaitu *Girls Day* dalam video klip "*Something*". Peneliti ingin melihat bagaimana penerimaan penggemar K-pop mengenai maraknya sensualitas yang kerap kali ditampilkan dalam video klip K-pop masa kini.

Peneliti memilih penggemar K-pop sebagai informan dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria informan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Mereka dipilih berdasarkan perminatan mereka terhadap K-pop baik penggemar *Girls Day* itu sendiri maupun yang bukan dan dipilih secara sengaja baik laki-laki maupun perempuan. Penggemar juga merupakan khalayak yang dilihat sebagai bagian *interpretive communitive* yang aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima makna yang diproduksi media massa. (McQuail, 1997).

Dalam penelitian ini, teori utama yang digunakan adalah teori resepsi dan konsep sensualita. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode *reception analysis*. Stuart Hall menyatakan bahwa analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yang berarti pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas *media texts*, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media. (Baran, 2003, p. 269-270). Lewat penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerimaan penggemar K-pop terhadap sensualitas dalam video klip *Girls Day* "*Something*"?

Tinjauan Pustaka

Teori Resepsi

Menurut, Stuart Hall (1974), riset khalayak mempunyai perhatian langsung terhadap analisis dalam konteks sosial dan politik dimana isi media diproduksi (*encoding*), serta konsumsi isi media dalam konteks kehidupan sehari-hari (*decoding*). Analisis resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (*decoding*), yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas *media texts*, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media (Baran, 2003, p.269-270). Hal ini bisa diartikan individu aktif menginterpretasikan teks media dengan cara memberikan makna atas pemahamannya sesuai apa yang dilihatnya dalam kehidupan sehari-hari.

Terkait dengan *decoding* yang dikatakan Hall (1974), dikatakan bahwa adanya suatu jenjang atau kunci yang digunakan agar pemaknaan audience dapat dijelaskan. Tiga posisi tersebut yaitu, *accepting* atau *dominant* yang merupakan posisi menerima atau sepakat dengan media yang dikonsumsi. Kemudian *negotiated* yang merupakan posisi bisa menerima maupun menolak namun dengan adanya alasan tertentu. Terakhir adalah *oppositional* yang merupakan posisi menolak atau tidak sepaham dengan konten media yang diterimanya.

Ketiga posisi ini dapat muncul dari pemaknaan audience, melihat dari berbagai faktor, misalnya latar belakangnya seperti kelas sosial, pendidikan, jenis kelamin, budaya, umur, pengalaman, dan pengetahuan yang dimiliki audience (Jensen, 2002, p.162-163).

Konsep Sensualitas

Sita Aripurnami dalam jurnalnya “Tentang Seksualitas: Masyarakat Sering Menggunakan Standar Ganda” mendefinisikan sensual sebenarnya bermaksud memenuhi kepuasan satu pihak, artinya merangsang. Tetapi, kata itu muncul karena berkaitan dengan kebutuhan siapa, hal ini muncul dari kebutuhan yang selama ini banyak di dominasi laki-laki, karena kita tidak pernah mengatakan bahwa sensual selalu dikaitkan dengan perempuan. Kita tidak pernah mengatakan laki-laki bibirnya sensual. Sebetulnya itu adalah cara laki-laki mendefinisikan cipta, rasa penikmat. (www.rahima.or.id/SR/05-02/Indek.htm)

Salah satu seorang filsuf budaya Frankrut School, W.F. Haug, menggambarkan di dalam karya-karyanya, terutama *Critique of Commodity Aesthetics: Appearance, Sexuality and Advertising in Capitalist Society*, bagaimana perkembangan bentuk-bentuk komoditi modern di dalam masyarakat kapitalis, berkaitan secara langsung dengan dominan sensualitas, yaitu bagaimana potensi sensualitas tubuh perempuan digunakan sebagai bagian dari komunikasi sosial komoditi. (dalam Piliang, 2004, p.342)

Sensualitas sendiri kerap dikaitkan dengan tubuh wanita, Prabasmoro (2006) mengatakan bahwa tubuh perempuan sebagai *selling point*. Kehadiran perempuan di dalam berbagai komunikasi sosial komoditi atau di dalam komoditi tontonan (film, lawak, sinetron, video) terutama adalah dalam rangka dieksploitasi berbagai potensi sensualitasnya. Begitu juga penggunaan perempuan sebagai ilustrasi musik (*video clip*), seperti yang terdapat pada berbagai video clip, yang fungsi utamanya adalah memberikan nilai-nilai tampilan tubuh. (Piliang, 2004, p.342 - 343)

Sensualitas dari seorang perempuan merupakan aspek yang sering kali dieksploitasi oleh para pelaku media untuk menarik minat para audiens terutama laki-laki. Piliang (2004, p.349 - 350) mengatakan nilai tanda tubuh perempuan sebagai komoditi, dapat dilihat melalui berbagai aspek yang dikonstruksi di dalam sistem komoditi kapitalisme yaitu tampilan tubuh (*body appearance*), perilaku (*manner*), dan aktivitas tubuh

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis penerimaan (*reception analysis*) dengan pendekatan kualitatif. Data yang dikumpulkan merupakan hasil

wawancara, catatan lapangan, dokumentasi pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Tujuan dari penelitian ini menggambarkan fenomena realita empiris di balik fenomena secara mendalam. Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah dengan mencocokkan antara realita empirik dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, subjeknya adalah penggemar K-pop. Pemilihan informan adalah laki-laki dan perempuan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, adapun syarat-syarat informan sebagai berikut: laki-laki dan perempuan remaja, merupakan penggemar K-pop dan penggemar *Girls Day* (mengoleksi album, foto, poster, video, dan *merchandise Girls Day*), dan merupakan penggemar K-pop dan bukan penggemar *Girls Day*

Analisis Data

Unit Analisis yang bersifat perseorangan dalam penelitian ini adalah individu penggemar K-pop untuk mengetahui bagaimana penerimaan mereka terhadap video klip *Something* milik *Girls Day* berdasarkan pengumpulan data yang ada. Menurut Moleong (2009), bila sudah menetapkan satuan kajian, pengumpulan data dapat dilakukan seputar apa yang terjadi dalam kegiatannya, apa yang mempengaruhinya, bagaimana sikapnya, dan semacamnya.

Temuan Data

Pada aspek-aspek nilai tubuh perempuan, keempat informan memiliki pendapat yang berbeda. Seperti pada tampilan tubuh yang terdiri dari umur, bentuk tubuh, dan sex appeal. Bagi TD, WH, dan ER mereka menyetujui dengan umur dari personil *Girls Day* yang merubah konsep dari lucu menjadi sensual. Sedangkan GT, tidak setuju dengan konsep *Girls Day* yang seksi dan sensual terkait dengan umur mereka. Pada aspek bentuk tubuh, TD, WH, ER, dan GT mengatakan personil *Girls Day* memiliki tubuh yang seksi dan sensual. Sedangkan untuk *sex appeal*, GT tidak melihat adanya *sex appeal* pada personil *Girls Day*.

Pada poin, perilaku yang terdiri dari pakaian dan pose, WH melihat pakaian yang ditampilkan *Girls Day* tidak terlalu sensual. Sedangkan, ER, TD, dan GT melihat sudah sensual. Sedangkan pose, keempat informan setuju bahwa tampilan *Girls Day* dalam video ini sensual.

Pada aspek yang terakhir yaitu aktivitas yang terdiri atas poin sentuhan, keempat informan juga menyetujui bahwa sentuhan-sentuhan yang dilakukan *Girls Day* dalam video klip "*Something*" ini termasuk sensual dan mengundang.

Tidak hanya pada aspek-aspek yang terkait dengan nilai tubuh perempuan. Dari hasil wawancara ini, peneliti menemukan adanya arti sensualitas dari keempat informan. Menurut mereka, sensualitas adalah sensualitas merupakan suatu hal

yang dapat mengundang seseorang untuk berfantasi atau berpikiran ke arah yang tidak benar lewat tampilan visual dari tubuh seorang perempuan. Tergantung bagaimana seseorang menampilkannya melalui gerakan yang menjurus atau menggoda. Berbeda dengan, salah satu informan yaitu TD yang mengatakan bahwa sensual merupakan seni untuk menyampaikan pesan dan menunjukkan bahwa seseorang memiliki *sex appeal*.

Analisis dan Interpretasi

Pada hasil temuan data ini, pada aspek tampilan tubuh keempat informan yaitu TD, WH, ER, dan GT memberikan penerimaan yang berbeda-beda yaitu dominan, negosiasi dan oposisi terhadap tampilan dalam video klip Girls Day “Something”. Seperti, pada aspek umur, TD, WH, ER dominan terhadap tampilan umur dengan konsep sensual yang digunakan oleh Girls Day, sedangkan GT menjadi penerima oposisi terhadap umur mereka dengan konsep sensual yang digunakan. Sedangkan untuk bentuk tubuh, keempat informan dominan terhadap bentuk tubuh mereka yang seksi. Berbeda dengan *sex appeal*, GT menjadi penerima dominan karena ia tidak menyukai Girls Day sehingga ia tidak dapat melihat *sex appeal* dari personil Girls Day.

Sedangkan perilaku seperti pakaian, bagi WH ia menjadi penerima negosiasi, TD, GT, dan ER memberikan penerimaan dominan. Pada aspek pose, keempat informan dominan terhadap pose-pose yang sensual dan mengundang yang dilakukan oleh personil Girls Day dalam video klip “Something”.

Pada poin terakhir ini, aktivitas yang terdiri dari aspek sentuhan, keempat informan cenderung dominan terhadap sentuhan yang ditampilkan dalam video klip “Something”

Dari hasil pengamatan peneliti terhadap keempat informan ini yaitu TD, ER, WH, dan GT. Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan terkait gender dan subjektivitas yang menjadi *culture setting* tiap informan dalam penerimaan video klip Girls Day “Something” ini.

Terkait gender, TD dan ER yang merupakan seorang pria mengaku akan memperhatikan tubuh wanita terlebih dahulu. Pada umumnya, pria dan wanita memiliki cara pandang yang berbeda terhadap satu sama lainnya. Bila pria akan memperhatikan tubuh seorang wanita, maka berbeda dengan apa yang diperhatikan oleh seorang wanita terhadap tubuh lawan jenisnya. Berbeda dengan WH dan GT yang seorang perempuan sehingga sama sekali tidak tertarik dengan apa yang ditampilkan di dalam video klip ini. WH sendiri mengaku bahwa Girls Day dalam video klip “Something” bisa dibilang menggoda namun bagi dia pribadi, WH dan GT sama sekali tidak tertarik dengan mereka. Hal ini juga dikemukakan oleh psikolog, Martin Llyod (1994, p:21-22, p: 116) yang mengatakan bahwa pria dan wanita cenderung mengamati tubuh satu sama lain dengan cara yang berbeda. Cara pandang kedua pihak ini berbeda, bila wanita akan melihat wajah pria lebih dahulu di daftar utama, pria pada umumnya akan memperhatikan payudara terlebih dahulu. Pria menyukai payudara, semua yang

mengenai payudara sangatlah menyenangkan dan menggairahkan bagi kaum pria, dalam kadar yang sama besar. Martin (1994) juga mengatakan payudara yang kencang juga akan menjadi objek perhatian pria.

Begitu juga dengan subjektivitas seseorang mampu mempengaruhi penerimaan informan akan suatu hal. Seperti GT yang mengaku bukan penggemar Girls Day. Ketika ditanya mengenai *sex appeal* dari para personilnya, GT tidak bisa menemukannya karena ia bukan penggemar *Girls Day*. GT melihat dari segi musik dan tarian. Ia melihat tarian karena tari merupakan ketertarikannya dalam dunia seni. Sama halnya dengan WH, yang sejak awal melihat dan mengetahui Sojin yang paling tua dan mendekati umur 30 tahun. WH selalu mengaitkan segala hal dengan Sojin terhadap sensualitas dalam segala aspek yang peneliti tanyakan. WH selalu melihat bahwa Sojin merupakan personil yang paling cocok untuk konsep ini daripada personil yang lainnya. Dari hal inilah, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa subjektivitas dapat mempengaruhi pemaknaan seseorang. Subjektivitas seseorang juga terkait dalam salah satu prinsip komunikasi yang digagas oleh Deddy Mulyana. Deddy Mulyana (2003) merumuskan 12 prinsip komunikasi, salah satunya adalah komunikasi itu bersifat sistematis. Komunikasi merupakan produk dari perpaduan antara sistem internal dan eksternal. Lingkungan dan objek mempengaruhi komunikasi, namun persepsi atas lingkungan juga mempengaruhi perilaku.

Informan di sini merupakan massa yang menerima apa yang ditampilkan di dalam teks secara berbeda-beda. Dapat dilihat dari berbagai aspek nilai sensualitas yang ditanyakan oleh peneliti terhadap TD, WH, ER, dan GT. Perbedaan penerimaan pada keempat informan ini dipengaruhi dari *field of experience* masing-masing individu. *Field of experience* adalah pengalaman hidup, persepsi, sikap, nilai-nilai, dan kepercayaan yang mempengaruhi cara berkomunikasi seseorang. *Field of experience* sering di sebut juga dengan *background* atau latar belakang si pengirim atau penerima pesan.

Penerimaan Video Klip “Something” oleh Audiens terhadap Isi Pesan Dalam Video Klip

Video klip Girls Day “Something” ini dalam media diangkat sebagai video klip yang kontroversial dan sensual. Sehingga gerakan yang ditampilkan para personilnya harus diubah saat akan tampil *live* mempromosikan lagu mereka. Namun, dengan konsep baru yang lebih berani ini mampu mendongkrak popularitas Girls Day di mata penggemar Kpop.

Dari konteks yang ada dalam video klip ini, lewat lirik yang menggambarkan kesedihan dan kekecewaan terhadap kekasihnya yang selalu berbohong terhadap para personil Girls Day. TD dan WH sebagai penggemar Girls Day mengerti arti dari lirik lagu ini dan bisa menjelaskannya. Sedangkan ER dan GT yang bukan penggemar Girls Day tidak mengetahui arti dari lagu ini.

Menurut TD gerakan yang ditampilkan merasa tidak aman dengan keadaannya dan sesuai dengan lirik lagu yang dinyanyikan dari para personilnya. Bagi TD,

apa yang ditampilkan dalam video klip ini dan keterkaitannya dengan lirik lagu yang sedih bukan masalah baginya. TD dapat melihat dari gerakan tari yang menurutnya tertekan karena cinta. Terkait dengan lirik lagu dan kesinambungannya dengan konsep video klip ini, ketiga informan seperti TD, WH, dan ER menjadi penerima dominan

TD dan ER memiliki pendapat yang sama terkait video ini. Bagi mereka bukan masalah jika grup ini mengambil konsep sensual, yang penting wajah mereka cantik – cantik. TD juga menambahkan dari segi suara para personilnya juga enak didengar sehingga tidak masalah jika grup ini mau mengambil konsep yang sensual. WH juga mengatakan kalau baginya bukan masalah, WH melihat meskipun konsep mereka sensual tetapi wajah personilnya juga sudah menunjang untuk menunjukkan sebuah kesedihan. WH mengatakan yang penting musik mereka enak didengar. Hal ini dikarenakan, informan pernah melihat sebuah video klip yang menurutnya dari segi musik kurang enak didengar dan para personilnya tidak memiliki kualitas yang cukup untuk menjadi seorang *idol*. Berbeda dengan GT yang sejak awal mengatakan bukan penggemar Girls Day, ia juga tidak menyukai konsep Girls Day dalam video klip “Something” ini karena terlalu sensual dan menunjukkan bagian tubuh tertentu mereka.

Dari pendapat ketiga informan, yaitu TD, WH, dan ER. Mereka melihat dari segi wajah para personil yang cantik, suara, dan musik yang enak didengar bukan masalah kalau Girls Day menggunakan konsep sensual. Bagi mereka, apa yang dapat menyenangkan penglihatan dan pendengaran tidak menjadi masalah terhadap penampilan Girls Day dalam video klip “Something”.

Sedangkan GT yang langsung menolak dan tidak setuju dengan konsep Girls Day dalam video klip “Something” ini. Baginya video ini terlalu sensual dan ia tidak menyukai konsep ini. Peneliti dapat menyimpulkan, bahwa audiens memiliki penerimaan yang berbeda terhadap isi media. Menurut Nurudin (2007), masing-masing *audience* berbeda satu sama lain di antaranya dalam hal berpakaian, berpikir, menanggapi pesan yang diterimanya, pengalaman, dan orientasi hidupnya. Akan tetapi, masing-masing individu bisa saling mereaksi pesan yang diterimanya. (p: 104 – 105) Hal itu pulalah, mengapa mereka menerima teks pesan secara berbeda.

Simpulan

Penelitian analisis penerimaan diterapkan peneliti untuk mengetahui bagaimana penerimaan penggemar K-pop terhadap sensualitas dalam video klip Girls Day “Something”. Berdasarkan data yang ada, peneliti mengkategorisasikan penerimaan informan berdasarkan tampilan tubuh, aktivitas, dan perilaku. Sesuai dengan rumusan masalah “Bagaimana penerimaan penggemar K-pop terhadap sensualitas dalam video klip Girls Day “Something”, terdapat tiga penerimaan pada kategori *encoding* dan *decoding* pada keempat informan, yaitu dominan, negosiasi dan oposisi.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, TD sebagai informan pertama yang merupakan penggemar Girls Day memberikan penerimaan dominan dan negosiasi terhadap aspek sensualitas, tampilan tubuh, aktivitas, dan perilaku. Pada aspek umur, sex appeal, pakaian, pose, dan sentuhan, penerimaan TD tidak terdapat penerimaan oposisi dan negosiasi namun cenderung dominan. Selanjutnya, pada aspek bentuk tubuh, TD memberikan penerimaan negosiasi.

WH sebagai informan kedua merupakan penggemar Girls Day memberikan penerimaan dominan dan oposisi. Pada aspek bentuk tubuh, umur, sex appeal, pose, dan sentuhan, WH memberikan penerimaan dominan. Sedangkan pada aspek pakaian, WH memberikan penerimaan oposisi.

ER sebagai informan ketiga yang merupakan penggemar SNSD, memberikan penerimaan yang dominan dan negosiasi. Pada aspek sensualitas yaitu umur, bentuk tubuh, sex appeal, pose dan sentuhan, penerimaan yang ditunjukkan adalah dominan saja. Sedangkan, pada aspek pakaian memberikan penerimaan negosiasi.

GT sebagai informan keempat yang merupakan penggemar K-pop, memberikan penerimaan oposisi dan dominan. Pada aspek umur dan sex appeal, GT memberikan penerimaan oposisi saja. Sedangkan pada aspek bentuk tubuh, pakaian, pose, dan sentuhan, GT memberikan penerimaan dominan.

Peneliti melihat penerimaan masing-masing informan berbeda-beda dalam teks yang ditampilkan di video klip Girls Day “Something” ini. Dari keempat informan diatas, dapat diketahui sensual ini dapat dilihat dari gerakan-gerakan mereka melalui tarian dan gaya yang ditampilkan. Menurut mereka, tarian dan pose yang dilakukan mengundang dan bisa dibilang sensual. Tidak menutup kemungkinan tubuh yang diekspose bisa menampilkan kesan sensual, namun lebih terlihat dari gerakan tarian dan pose yang dilakukan dengan menyentuh atau memperlihatkan bagian-bagian tertentu. Sensual masih bisa dibilang hal yang abstrak susah dijelaskan. Berdasarkan pendapat keempat informan dapat disimpulkan bahwa sensual merupakan suatu hal yang mampu membuat orang berpikiran tidak benar dan menjurus.

Peneliti berharap adanya penelitian lain yang melanjutkan dan menyempurnakan penelitian mengenai penerimaan penggemar Kpop terhadap sensualitas dalam video klip Girls Day ini. Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat memilih subjek penelitian yang memiliki latar belakang dan pengetahuan akan K-pop yang tinggi. Tidak hanya itu, dari hasil penelitian ini dapat diketahui bagaimana penerimaan dari para informan terhadap teks yang ditampilkan. Namun, ke depannya diharapkan metode yang digunakan menggunakan metode framing sehingga dapat mengetahui lebih dalam dari para komunikator.

Daftar Referensi

Shim, Doobo (2006). *"Hibridity and The Rise of Korean Pop Culture in Asia."*, *Media, Culture, and Society*. Vol.28 (1) : 25-44. London: SAGE Publication

<http://surabaya.bisnis.com/read/20140304/18/68733/girl-band-korea-makin-sensual-makin-ngetop>

<http://www.solopos.com/2014/03/04/girl-band-sensual-tampilan-sensual-girls-day-raup-5-juta-viewer-1-bulan-493536>

http://japanfocus.org/-rachael_m_joo/3807/article.html

Prabasmoro, Aquarini Priyatna. (2006). *Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra Dan Budaya Pop*, Jelasutra, Jogjakarta

McQuail, D. (1997). *Audience analysis*. London: SAGE Publications

Amir Piliang, Yasraf. (2004). *Dunia yang Dilipat*. Yogyakarta : Jelasutra.

Baran, S dan Dennis K.D. (2003). *Mass communication theory. foundations, ferment, and future*. Canada: Nelson Thomson Learning

Jensen, K.B. (2002). *A handbook of media and communication research qualitative and quantitative methodologies*. London: Routledge

Elliot, Martin Llyod. (2005). *Rahasia Bahasa Tubuh*, Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama

Mulyana, Deddy M. (2003). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung

Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Gafindo Persada.